

# 注意 AI在给你的答案里植入广告!

## 记者调查:定制AI“隐形广告”千元起步

当你打开 AI 软件, 询问“哪个品牌的扫地机器人性价比最高”“生成一个旅游攻略”……大概率会默认得到的是基于全网数据的客观分析与中立推荐, 但事实可能并非如此——你看到的“首位推荐”“高度好评”, 或许并非算法自然筛选的结果, 而是商家付费定制的定向广告。

记者调查发现, 一种名为“GEO 推广”的新型内容营销服务正借助生成式 AI 平台快速兴起。记者咨询 AI 营销服务商了解到, 这类服务多以代运营模式运作, 能为商家提供体系化的推广解决方案, 通过优化内容策略等方式, 助力品牌或产品在 AI 生成结果中获得更高曝光与更优展示位。

### 网友 AI 搜攻略

#### 答案中植入了广告

搜索旅游攻略, 结果却直接出现私人手机号码, 甚至能通过该号码查到对应微信。这一意外经历让卢先生颇感诧异。他向记者回忆, 今年4月下旬, 自己因规划出行在 DeepSeek 平台搜索香港旅游攻略时, 系统给出的结果中竟直接附带了当地旅游服务从业者的姓名及手机号码。

“直接将导游的个人名字和手机号码都显示在结果中, 很不可思议。”卢先生表示, “一方面手机号码是私人信息, 会觉得不安全; 另一方面, 如此直白的个人服务广告植入, 是怎么做到的?”谈及这类广告对自身信息获取的影响, 卢先生坦言: “这类广告大概率不会直接影响我个人决策, 我还是会通过其他途径多方比较、核查。”

在社交平台检索“AI 植入广告”关键词, 不难发现近几年陆续有网友分享过类似遭遇——搜索目标信息时, 结果中夹杂着明显的商业推广内容。与此同时, “品牌如何被 AI 软件优先收录”“AI 推广怎么做”等求助与咨询帖也屡见不鲜, 部分帖子明确标注“广告”标识, 点击进入后还会弹出定制化服务咨询入口。

在这些 AI 营销相关的讨论中, “GEO”成为高频提及的核心概念。随着生成式 AI 产业的快速发展, GEO (Generative Engine Optimization, 生成式引擎优化) 这一新型营销概念的热度持续攀升。在部分营销公司的宣传物料中, GEO 被冠以“2025年的新风口”“错过了就等于错过互联网改革红利”等极具吸引力的标签。

与此同时, 在 GEO 方向已经成为一种职业, 在某招聘软件上看到, 招聘市场上也出现了 GEO、AI 平台排名优化等岗位, 职位简介为负责优化内容以提高品牌或产品在生成式 AI 平台中的表现。主要负责研究并分析生成式 AI 引擎的表现逻辑; 不断研究探索关于 GEO 的新玩法、新策略, 制定服务标准, 推出具有可行性、可商业化的新业务; 根据需求批量生成高质量内容, 满足大模型训练与分析的输入标准; 监控 AI 生成结果中是否包含公司内容, 并针对性调整策略等方面。

### 代理公司

#### 千元起可定制AI“隐形广告”

如果说传统的 SEO (搜索引擎优化) 是让广告排在搜索结果的前面, 用户尚且能通过“广告”标识进行分辨; 那么 GEO 则是将广告直接融化在了答案里, 让用户在不知不觉中被推广。

记者调查发现, 这类以 GEO 为核心的新型内容营销服务正借助生成式 AI 平台快速蔓延。记者以客户身份咨询多家提供相关服务的 AI 营销公司了解到, 其普遍采用代运营模式, 为企业提供体系化推广解决方案。某 AI 营销公司工作人员介绍, 服务会结合客户所属行业与核心需求定制方案, 例如当用户搜索“某某领域有哪些工厂”“某某类型公司实力更强”等问题时, 可助力客户品牌名称在 AI 问答结果中占据优先展示位。

谈及具体操作逻辑, 该工作人员表示, 核心是依托 AI 语义分析与用户意图识别技术, 针对国内主流 AI 平台进行优化, 帮助企业提升品牌曝光度、辅助精准获客, “服务全程形成闭环: 前期开展行业与平台分析调研, 中期执行定制化策略并进行内容运营, 后期持续追踪推广效果并动态调整优

化方向”。

另一家提供 GEO 相关服务的咨询公司则透露, 可根据具体平台特性、商品类型制定专属方案并报价, 基础服务费用 1000 元/月起, 即可提供针对国内各个 AI 平台的可见、理解、偏好等类型优化, 同时提供明确的效果验收标准。至于技术支持, 对方表示: 自己有优化工具, 专业优化师团队会基于行业品牌数据洞察与诊断结果, 制定针对性的数据优化方案。

### 律师认为

#### “GEO 推广”存在多重法律风险

针对市面上的“GEO 优化”服务, 11月21日, 记者致电豆包官方客服电话, 客服人员表示, 目前豆包官方暂时没有增加曝光度或商业推广的相关业务, 这并非官方提供的服务, 而是因为相关信息在其他网络平台上有所曝光, 被豆包抓取和收录后体现了出来。客服人员解释, 豆包的回复逻辑是根据用户指令, 在全网公开网站上进行搜索并生成答案。此外, 客服还指出, 豆包目前无法直接判断信息的权威性, 回复内容可能存在不准确的地方, 且针对同一问题, 不同用户的搜索结果可能会有所不同, 目前官方也在不断优化模型。

有网友认为, GEO 模式将广告融入 AI 生成的答案中, 易误导用户的信息获取。那么此类行为, 是否违反相关法律法规与行业规范? 浙江铁券律师事务所高级合伙人张永辉律师认为, AI 平台通过“GEO 推广”等付费服务干预内容生成的行为存在多重法律风险。首先是广告标识缺失, 未明确标注“广告”或“推广”的付费内容, 涉嫌违反《广告法》关于互联网广告可识别性的强制要求, 侵犯消费者知情权; 其次是算法操控风险, 若通过技术手段人为干预推荐结果(如压低竞品曝光), 可能构成《反不正当竞争法》禁止的虚假宣传或违反商业道德; 最后是用户权益受损, 消费者基于对 AI “中立性”的信任做出决策, 隐蔽推广实质剥夺其选择权, 违反《消费者权益保护法》真实信息告知义务。

张永辉建议, 应强制标注付费内容属性, 醒目区分广告与自然结果; 公开商业推广算法基础逻辑(非技术秘密部分), 接受监管审计; 设置用户关闭个性化推荐选项, 保障控制权; 参考电商平台处罚案例(如某平台因未标注广告被罚 80 万元), AI 平台需警惕同类法律后果。

张永辉认为技术中立不等于商业中立, AI 开发者的道德立场决定工具价值。平台应主动承担信息甄别责任, 避免技术沦为商业操控的工具。

据《扬子晚报》



↑在某社交平台搜索“AI植入广告”, 出现大量营销公司的AI广告投放介绍。(手机画面截屏)

